منظمة الطليعة العربية في تونس

الإعلام والسلطة والمال

الواقع المُرّ والتطلعات المنشودة

منشورات الطليعة
2000

تقديم

إن إشكالية العلاقة بين الاعلام والسلطة في الوطن العربي تشغل الكثير من الباحثين في الحريات الصحافية خصوصا بعد التراجع الملحوظ في الحريات الاعلامية بسبب اختلال ميزان العلاقة بين الاعلام والسلطة والفوضى التي خلفها الربيع العربي ودخول محاور إقليمية ودولية على الخط مباشرة لتوجيه الصراعات وإدارتها بإستعمال الإعلام وتوظيفه لخدمة أجندات الجهات الداعمة داخلية كانت أم خارجية ...

ولاشك أن هناك علاقة ترابطية بين طبيعة النظام السياسي وبين طبيعة النظام الاعلامي، فالنظام السياسي يهيئ المناخ ويتيح الفرص لنشوء نظام اعلامي مناسب، ولهذا فان النظام السياسي والاجتماعي هو الذي يعرف الاعلام ويحدد شكله ومضمونه ، وعندما تختلف الأنظمة السياسية تختلف معها عادة الأنظمة الاعلامية.

ولذلك كانت حرية الصحافة أو الاعلام في أي مجتمع هي امتداد للفلسفة والرؤية الاجتماعية التي تولدت في ذلك المجتمع ، ويمكن أن تتحدد طبيعة ومفهوم حرية الاعلام من معايير عدة أهمها إنفتاح المجتمع من خلال التدفق الحر للمعلومات ووصول وسائل الاعلام الى المصادر التي تحتاجها بما فيها معلومات عن الحكومة ونشاطها وخططها وأسرارها وتجاوزاتها ...

ولقد وضع الباحثون وخبراء الاعلام العالميون ثلاث حالات يمكن من خلالها وصف وسائل الاعلام ودورها في المجتمعات ، وقام هؤلاء الباحثون باستخدام تشبيهات واستعارات مبنية على أساس العلاقة بين الانسان والكلب، لتوضيح هذا الدور ووظيفته الاعلامية:

1. وظيفة كلب المراقبة (watchdog). وتعد هذه الوظيفة امتدادا لمفهوم السلطة الرابعة، أي وسائل الاعلام تسعى لأن تكون رقيبا على كل ما يدور في المجتمع من مدخلات ومخرجات، بما في ذلك مراقبة المؤسسات الاجتماعية النافذة في المجتمع.

2. وظيفة كلب الحراسة (guarddog): وتعني هذه الوظيفة أن وسائل الاعلام تقوم بحراسة المؤسسات النافذة في المجتمع فقط، وتكون في أشد الحرص على متابعة العناصر الطفيلية التي تدخل الى المجتمع وتعكر صفو ونقاء العلاقة القائمة.

3. وظيفة الكلب الأليف (lapdog) وتعني أن وسائل الاعلام ترتمي في حضن المؤسسات الاجتماعية، دون أن تكون اداة مستقلة، ودون ابداء أي مساءلة للسلطة، ودون الالتفات الى الآراء والاتجاهات الأخرى في المجتمع وبالذات التي لا تتفق مع مصالح المؤسسات النافذة في المجتمع.

وتقع وسائل الاعلام بين السلطة، التي تمثلها المؤسسات الاجتماعية، وبين المواطن، الذي يمثله جمهور وسائل الاعلام وتوجد على هذا الأساس أربع وظائف تعكسها هذه العلاقات وهي : وظيفة الصحافة كسلطة رابعة، ووظيفة الاعلام التوجيهي، ووظيفة الاعلام المدني، ووظيفة الاعلام الاقناعي.

وعموماً، يمكن القول أن الصحافة أو الاعلام في بلادنا العربية تندرج تحت نموذجين رئيستين هما: اعلام السلطة، وسلطة الاعلام. فاعلام السلطة يعني أن الاعلام هو أداة في يد السلطة تحركه لتحقيق سياساتها وبرامجها. أما سلطة الاعلام فتعني أن الاعلام يمتلك سلطة فاعلة في المجتمع تهيئه لدور يعكس صوت المواطن ويحقق في الشأن العام باستقلال وشفافية بعيدا عن تأثير وضغط المؤسسات الاجتماعية.

حول هذا الموضوع بالتحديد تتولى منظمة الطليعة العربية في تونس نشر مجموعة من المقالات والبحوث التي تراها ضرورية لإنارة الرؤية حول المشكلات العميقة المتعلقة بالإعلام والوظيفة الإعلامية في الوطن العربي والحلول الممكنة من أجل إرساء إعلام حرّ مستقلّ وشفّاف يخدم الوطن والمواطن ولا يكون أداة طيعة في أيدي السلطة أو مؤسسات المال والأعمال ...

1

الإعلام - السلطة - المال
مثلث النفوذ وخطاب الصورة

د. منذر سليمان

رغم الحيز المتنامي الذي تحتله صحافة العالم الثالث أو عالم الجنوب في الفضاء الإعلامي، ما تزال صحافة العالم الصناعي أو عالم الشمال تحتل الموقع الوازن في صياغة الخبر وانتشاره على الساحة الدولية. وقد شهد العقد الأخير اختراقًا واضحًا للإعلام العربي في إنتاج الخبر والصورة للأحداث الجارية على المسرح العربي - الإسلامي، بعد أن كان الإعلام العربي مجرد المتلقي والمروج لما ينتجه الإعلام الغربي، عاكسًا اعتماد المفردات والمصطلحات التي تصوغ الخطاب الغربي عن أحداث المسرح نفسه.

أولاً: في حدود العلاقة الحاكمة

لو دققنا في منظومة الإعلام الخاص الذي انتشر كالفطر عبر الفضائيات المتعددة أخيراً، لوجدنا أنها ليست بعيدة عن التأثير الرسمي أيضاً من حيث التمويل أو الإدارة، والأصح أن يطلق عليها الإعلام شبه الرسمي عموماً. هذا لا يعني أبداً أن الإعلام الغربي الخاص بمنأى عن الجلوس في أحضان السلطات أيضاً، ولكن في الغرب تتم العملية عبر واجهة الشركات والمستثمرين الذين يرتبطون بعلاقات عضوية غير مكشوفة غالباً مع القوى الحاكمة. وصحيح أنه لا يجوز نسخ وتعميم شكل العلاقة بين الإعلام والمال والسلطة، وإسقاطها على كل البلدان بصورة حرفية، لكن يبقى مفتاح تقويم حرية الإعلام ودوره مرتبطاً بتفكيك ودراسة العلاقة القائمة داخل أضلع مثلث السلطة - المال - الإعلام.

يسود انطباع خاطئ غالباً على أن الصحافة الغربية حرة من سطو المال أو تدخل السلطة، لأنها تتحرك في هامش أوسع وتخضع لمنطق المنافسة الاقتصادية وفقاً لمتطلبات اقتصاد السوق ومنطق)دعه يعمل، دعه يمر .(ولكننا نعيش في عالم تسيطر عليه معادلة المال يساوي القوة والنفوذ، ويتم فيه توظيف الإعلام لتعزيز السيطرة والنفوذ أو زيادة الثروة. وتبدو العلاقة تبادلية بين المال والنفوذ، فالمال ينتج السيطرة والنفوذ، كما أن من يتمتع بالسلطة ويحوز عليها يسهل عليه توظيفها لإعادة إنتاج أو تكديس المال في علاقة تذكرنا بمشهد الباب الدوار.

ولو أخذنا الإعلام الأمريكي مثلاً في المقارنة، فصحيح أن الإعلام الأمريكي ليس حكومياً ولا يوجد وزارة للإعلام في الولايات المتحدة، كما هو الحال في معظم الدول العربية، لكن يتم الاستعاضة عن ذلك بمكاتب العلاقات العامة الصحافية التي تقدم إيجازاً يوميا أو دورياً من مختلف المراكز الحكومية والوزارات، ما يفرض حيزاً واسعاً للموقف والخطاب الرسمي في التغطية اليومية لكافة وسائل الإعلام.

نجد أحد المؤشرات على العلاقة غير التصادمية بين السلطة والإعلام في الولايات المتحدة، في صورة تعكسها الحفلة السنوية التي تقيمها جمعية المراسلين المعتمدين في البيت الأبيض. وعلى سبيل المثال، حضر الرئيس باراك أوباما الحفلة التي أقيمت في 2009/5/9، وألقى كلمة فيها. كما حضر عدد من كبار مساعديه ومسؤولون حكوميون ووزراء عرب، إضافة إلى عدد كبير من نجوم هوليود. بالطبع لا تعتبر دعوة رسميين عموماً إلى حضور نشاط سنوي للإعلاميين عيباً بحد ذاتها، لكنها تعكس حرص الإعلاميين ومؤسساتهم أو الشركات التي تملك تلك المؤسسات، على نسج العلاقات « الدافئة « مع أهل السلطة وأصحاب الشهرة (من نجوم هوليود).

أما المؤشر الأكثر أهمية ودلالة على طبيعة الإعلام الأمريكي، فيتعلق بتمركز ملكيته في السنوات الأخيرة؛ ففي منتصف الثمانينيات من القرن الماضي كان هناك حوالي 50 شركة تملك وتسيطر على مختلف وسائل الإعلام الأمريكية، بينما تسيطر الآن 5 شركات فقط على ما يقدر ب 37 ألف مؤسسة أو منبر إعلامي (صحف يومية، مجلات، راديو، محطات تلفزيونية، دور نشر، شركات الأفلام..الخ). وشهد العقدان الأخيران عمليات اندماج واستحواذ من شركات كُبرى على مؤسسات إعلامية، أبرزها عام 1996 عندما استولت ديزني على محطة abc بصفقة بلغت 19 مليار دولار. وفي عام 2001 استولت aol على شركة (تايم وارنر) بصفقة بلغت قيمتها 182 مليار دولار.

هذه الأمثلة تعطينا فكرة عن حالة الاحتكار والتمركز التي جعلت من الوسائل الإعلامية تابعة لشركات أو لديها مصالح تجارية واقتصادية متنوعة، وبالتالي حريصة على ضمان توجيه ما يصدر عنها بما لا ينعكس سلباً على هذه المصالح وعائدات الإعلانات. وتبدو التبرعات المالية السخية من هذه الشركات في الحملات الانتخابية التشريعية أو الرئاسية في الولايات المتحدة، أبلغ الأدلة على العلاقة العضوية والتبادلية في المنافع بين مثلث المال، السياسة، والإعلام. فعلى سبيل المثال، تبين في حملة الرئيس بوش الابن سنة 2004، أن الشركات المالكة لأبرز المحطات التلفزيونية الأمريكية تبرعت لحملته على النحو التالي: nbc احتلت المركز 13 من قائمة كبار المتبرعين، cnn احتلت المركز الثامن، أما fox فاحتلت المركز12، و abc احتلت المركز 23.

ثانياً: الإعلام: حدود المهنية والحرية

ترتكز مهنة الإعلام بالدرجة الأولى على (الدقة في نقل الخبر والسلوك المسؤول تجاهه)، ويمكن القول أيضاً إن الاعلام، فن وصناعة واستخدام الوسائل والأدوات السمعية، المرئية والمكتوبة، الناقلة للجمهور المتلقي في الفضاء المعلوماتي أو ما يشكل شبكة الاتصال بين البشر في المجتمع الإنساني.

وقبل أكثر من نصف قرن، وبالتحديد في عام 1952وضعت لجنة حرية الإعلام التابعة للمجلس الاقتصادي والاجتماعي (إحدى منظمات الجمعية العامة للأمم المتحدة) عهد الشرف الدولي للصحافيين، ليكون «قانوناً» للسلوك المهني لكل فرد مكلف بتحري ونقل وإذاعة الأنباء وبث المعلومات والتعقيب عليها، أو معهود إليه في أن يصف الحوادث الجارية خطياً أو شفهياً أو بأي طريقة أخرى من طرق التعبير.

لكن الإعلام عموماً لا يلتزم كلياً بهذا الميثاق. فالمؤسسات الإعلامية، مرئية كانت أم مكتوبة أم مسموعة، عادة ما تكون منحازة إلى طرف سياسي (حكومي أو خاص) وخاضعة لسلطة مالية ما. وكثيراً ما يقع الصحافيون في فخ الانحياز - عمداً أو عن غير قصد - ولاسيما في تغطية الحروب والأحداث الجسام. والأمثلة على ذلك كثيرة في تغطيات وسائل الإعلام الأمريكية والعربية لأحداث 11 أيلول/سبتمبر وحربي أفغانستان والعراق وتعاطيها مع صعود الإسلام السياسي، على سبيل المثال لا الحصر.

ويكشف تقرير لجنة خبراء تابعة لليونسكو منذ أيام الحرب الباردة، أن بعض الحكومات قد ((جندت في وقت ما بعض الصحافيين لكي يقوموا بنشاط تجسسي مختبئين وراء عملهم الصحافي، وتسبب هذه الممارسة إلحاق الضرر بسمعة المهنة، وتضع الصحافيين موضع الريبة، وتعرضهم للمخاطر الجسدية، وتطلب اللجنة من الصحافيين والمؤسسات الصحافية أن يقاوموا كل محاولة من هذا القبيل، كما تلح على الحكومات أن تمتنع عن استخدام الصحافيين في أعمال التجسس)).

ثالثاً: الإنترنت ملاذ أرحب وتحرر نسبي من القيود

ورغم أن الإعلام المرئي، ومنذ دخول التلفزيون إلى مسرح التداول، أحدث ثورة حقيقية في وسائل الاتصال، لأنه جمع بين الصوت والصورة، الكلمة والمشهد، واختصر الزمان والمكان، إلا أن الشبكة العنكبوتية قد تكون المساحة أو الملاذ الأرحب للتعبير، إذا ما قورنت بباقي الوسائل. وربما يعود ذلك إلى بعدها نسبياً عن الضوابط المباشرة التي يضعها رأس المال والسلطة، نظراً لانخفاض كلفة إنشاء المواقع الإلكترونية الى بضع مئات من الدولارات وسهولة القيام بذلك. فما طبيعة هذه الشبكة وحدودها؟

جعل التطور التقني المذهل لثورة المعلومات والاتصالات في العقود الأخيرة من الشبكة العنكبوتية العالمية تجسيداً حياً لمبدأ الفضاء المعلوماتي ومسرحاً يتألف من حزمة معقدة ومتشابكة من التفاعلات الرقمية، وأدخلنا في ما يمكن وصفه بثلاثة ميادين للفضاءات السائدة في العالم اليوم وهي:

الميدان الأول: الفضاء الفيزيائي التقليدي.

الميدان الثاني: الفضاء العقلي.

الميدان الثالث: الفضاء المعلوماتي.

يُعد الفضاء الفيزيائي من أكثر الفضاءات التي أَلِفْنَا التعامل معها، وتسري في هذا الفضاء قوانين الفيزياء التي صاغها نيوتن لوصف قوانين الجاذبية.

ولا ريب أن كلاً منا قد عاش ضمن فضائه العقلي الذاتي، وعايش الكثير من الحالات العقلية السائدة في بيئته، دون أن تكون لديه حاجة بمعرفة عناصره بدقة. وقد بذلت لل (الفضاء العقلي) جهود حثيثة من الخبراء والمتخصصين في العلوم العقلية والنفسية والتيارات الفلسفية المختلفة، في محاولة لفهم الآليات السائدة فيه، وسبر ماهية مكوناته. بيد أن هذه المحاولات لم تظفر بإجابة متفق عليها أو مطلقة لوصف تفاصيل ما يحدث في هذا الفضاء، وعلى الرغم من التطور العلمي الهائل في النسق المفاهيمي الذي ترتكز إليه هذه العلوم.

أما الفضاء المعلوماتي فهو عبارة عن حلقة تحاول جذب الفضاء العقلي إلى الفضاء الفيزيائي عبر معالجة رقمية تسعى إلى عولمة أو (كوننة) الفضاء العقلي لكي تمتد حدوده على عموم رقعة العالم الفيزيائي، من خلال استعارة معاني مفاهيمه التقليدية في بناء المفاهيم الفريدة للفضاء المعلوماتي. ويمثل هذا الفضاء محاكاة رقمية لمفردات العالم الفيزيائي مثل: أروقة التسوق، وغرف الدردشة، والسياحة الافتراضية، والمكاتب والكتب الرقمية، والمصارف الإلكترونية. ويتم التعامل مع الوحدات الرقمية المستحدثة التي تتميز بكونها عبارة عن بيئات افتراضية بالغة التعقيد، عبر مواقع الويب التي نستعرضها أثناء إبحارنا في عباب الفضاء المعلوماتي.

لكن الفضاء المعلوماتي الجديد شأنه شأن الفضاء التقليدي، يتكون من أربعة مكونات رئيسية هي: المكان والمسافة والحجم والمسار. فالاستفسار عن المكان يفتش عن عنوان العقدة المعلوماتية، سواء أكانت موقع ويب، أو عنوان بريد إلكتروني في خادم من خوادم الإنترنت (Server). وترتبط دلالة مسالة المسافة بعدد معدات الشبكة المعلوماتية التي تشخص أمام عملية انتقال المعلومات والبيانات بين حاسوب وآخر. أما الحجم فتطرح أسئلته حول سعة الموقع للبيانات والمعلومات، وتحديد الوقت المطلوب لتحميل الملفات في حواسيبنا الشخصية، وفي تحديد المسار الذي تسلكه المستعرضات، لكي تبلغ بنا الى الموقع الذي ينبغي الوصول إليه.

وهكذا نتعامل في الفضاء المعلوماتي مع فضاء شبكاتي لا صلة له بالحدود الجغرافية المألوفة، تسوده الحركة الدؤوبة من خلال الفيض المعلوماتي الدائم في جوهر افتراضي غير مرئي، غير مادي/تخيلي/ تجريدي. لقد تكونت بيئة ثقافية يتم من خلالها تبادل المعلومات والمعارف. وساهمت في (توافر أرضية خصبة لإنشاء مجموعة من الفضاءات التخيلية التي تجمعنا مع الآخر في أنساق تواصل متنوعة باتت تشكل مورداً جديداً لحوار رقمي بين الحضارات والثقافات).

رابعاً: وهم الخصوصية والحياد

بفضل الحضارة الرقمية وثقافتها تحول العالم المعاصر إلى توليفة رمزية من الأرقام، وتجلى خطاب جديد يوظف الصورة في مد جسور التواصل بين المستخدم والعالم الرقمي عبر السطح المرئي ـ البيني الذي يفصل بينهما. وبالطريقة نفسها بدأ الخطاب اللغوي يتضاءل تدريجياً بعد أن برز الخطاب الصوري لتداول المفردة المعرفية. لقد تحولنا من النص إلى الصورة، وتضاءلت مفردات الثقافة وتحولت عن النص المنطوق لحساب المتغير المرئي، وأصبحت دقة المشهد الصوري معياراً لتحديد فحوى الخطاب المعرفي المصاحب للخطاب الصوري.

وسينشب عن الحالة الجديدة غياب أمية اللغة بوصفها رابطاً متيناً يلم شتات المثقفين ويجمع تصوراتهم للكون الذي يتعاملون معه، ويساهمون في تحليل مكوناته، وتوحد الجميع برباط الخطاب الصوري الذي لا يفتقر إلى أبجدية تختص ببلد دون آخر، الأمر الذي سيساهم في تقليص الهوية الوطنية، ويبذر بذوراً جديدة ستنبت مفاهيم غريبة عن تراثنا وأصالتنا التي نستمد منها هويتنا الوطنية وعمق خطابنا المعرفي.

يتم دفعنا إلى إلغاء الثقافة الوطنية لإحلال ثقافة عولمية بلا هوية. بهذا المعنى تصبح مسألة الاختراق الثقافي من القضايا الساخنة في الوقت الراهن. فقد أدت أدوات الاتصال الحديثة والبث الصوتي والمرئي التي ظهرت في أواسط القرن العشرين دوراً فاعلاً في ترسيخ سلطة الاختراق الثقافي وقدرته على التسلل بهدوء الى عقر دارنا من دون أن تملك الجهات المناهضة أي سلطة لدرء سياسته المنمقة.

واقتصرت المحاولات على توعية الرأي العام، أو شن هجمات عشوائية للنيل من نتائج الاختراق الملموسة على أرض الواقع، بعد أن عجزت المحاولات لإغلاق فوهة البركان الثقافي الهادر القادم من الحضارة الغربية التي تسعى لترسيخ سلطتها على البلدان النامية، عبر سلسلة مكثفة من حملات تغييب الوعي، وتضييع معالم الهوية القومية.

ويمكن أن نعرّف الاختراق الثقافي المعلوماتي بوصفه آلية معلوماتية تمارس على المستخدم المقيم في المجتمع الرقمي، بواسطة جهات مختلفة تهيمن على عمليات تكييف الوعي الفردي للمستخدم، لضمان هيمنة الاقتصاد العولمي، ونهجه التسلطي، بعد أن أصبحت مسألة إخضاع الأبدان المقيمة على الأرض الصلبة مرتهنة بإخضاع النفوس المقيمة في حدود البيئة الرقمية المُتَخَيَلة.

ولقد بوشرت أعمال تعديل الوعي بواسطة آليات التسطيح، وجعله مرتبطاً بما يجري على سطح الفضاء المعلوماتي من تجليات صورية، ونصوص مقيمة على مواقع الويب، بطريقة تستفز الانفعال الذي يحجب العقل، ويغيب الوعي في بوتقة المظهر الصوري البراق، وبإحكام السيطرة على الإدراك، يصبح الطريق ممهداً أمام تعطيل فاعلية العقل، وتكييف المنطق والقيم، وتوجيه ملكة الخيال، وتنميط الذوق، وقولبة السلوك، بما يخدم آلة الاقتصاد العولمي التي تريد التهام جميع مفردات الفضاءين الرقمي والتقليدي، وتحويلها إلى عنصر من عناصرها.

وخلال هذه المرحلة الطويلة، سيسعى أصحاب هذا التيار إلى ترسيخ وهم الفردية لدى المستخدم، عبر تعميق الشعور بالخصوصية لديه، ومحاولة إقصائه عن الغير، لكي يعمل بمفرده ويمارس سلسلة عمليات تخريب وتمزيق مستمرة للصلات الثقافية التي يكون قد أقامها مع الغير.

وبهذا النهج يكون الاختراق الثقافي ـ الرقمي قد ضمن الاجتثاث التدريجي للأطر الاجتماعية، وأواصر الانتماء التي تربطنا بالأمة، أو الطبقة، أو الجماعة التي ننتمي إليها. وفي الوقت نفسه، سيبدأ بترسيخ وهم الحياد لديه، فيقصيه عن دائرة الالتزام بأية قضية اجتماعية، أو وطنية، أو أخلاقية، بحيث تضمن سيادة الاستتباع الحضاري حيث يقبع المرء وحيداً قبالة لوحة العرض البراقة. وينتابه شعور بأنه قادر على الاستغناء عن أي انتماء أو محيط اجتماعي أو هوية أو حتى مسؤولية.

قد تكون هذه الصورة الواقعية قائمة من منظور الوعي العربي المرغوب، ولكن ميدان الممارسة العملية يتيح لمن يحيط بالمشهد الإعلامي المتنوع وأدواته فرصة التسخير والاستخدام المبدع للآليات التقنية والمعرفية نفسها في سعيه لمجابهة التأثيرات السلبية، لا بل إيجاد وسائل فعالة لمجابهتها.

2

سلطة الإعلام وإعلام السلطة

ناصر المطيري

إشكالية العلاقة بين الاعلام والسلطة تشغل الكثير من الباحثين في الحريات الصحافية ودرجات تمتع الشعوب بها، والعالم العربي خصوصا يشهد اليوم تراجعا في الحريات الاعلامية بسبب اختلال ميزان العلاقة بين الاعلام والسلطة.

ولاشك أن هناك علاقة ترابطية بين طبيعة النظام السياسي وبين طبيعة النظام الاعلامي، فالنظام السياسي يهيئ المناخ ويتيح الفرص لنشوء نظام اعلامي مناسب، ولهذا فان النظام السياسي والاجتماعي هو الذي يعرف الاعلام ويحدد شكله ومضمونه.

وعندما تختلف الأنظمة السياسية تختلف معها عادة الأنظمة الاعلامية.

وحرية الصحافة أو الاعلام في أي مجتمع هي امتداد للفلسفة والرؤية الاجتماعية التي تولدت في ذلك المجتمع. ويمكن أن تتحدد طبيعة ومفهوم حرية الاعلام من معايير عدة أهمها انفتاح المجتمع من خلال تدفق حر للمعلومات.

ووصول وسائل الاعلام الى المصادر والمعلومات التي تحتاجها، بما فيها معلومات عن الحكومة.

الباحثون وخبراء الاعلام العالميون وضعوا ثلاث حالات يمكن وصف وسائل الاعلام ودورها في المجتمعات من خلالها. وقام هؤلاء الباحثون باستخدام تشبيهات واستعارات مبنية على أساس العلاقة بين الانسان والكلب، لتوضيح هذا الدور والوظيفة الاعلامية:

1. وظيفة كلب المراقبة (watchdog). وتعد هذه الوظيفة امتدادا لمفهوم السلطة الرابعة، أي وسائل الاعلام تسعى لأن تكون رقيبا على كل ما يدور في المجتمع من مدخلات ومخرجات، بما في ذلك مراقبة المؤسسات الاجتماعية النافذة في المجتمع.

2. وظيفة كلب الحراسة (guarddog): وتعني هذه الوظيفة أن وسائل الاعلام تقوم بحراسة المؤسسات النافذة في المجتمع فقط، وتكون في أشد الحرص على متابعة العناصر الطفيلية التي تدخل الى المجتمع وتعكر صفو ونقاء العلاقة القائمة.

3. وظيفة الكلب الأليف (lapdog) وتعني أن وسائل الاعلام ترتمي في حضن المؤسسات الاجتماعية، دون أن تكون اداة مستقلة، ودون ابداء أي مساءلة للسلطة، ودون الالتفات الى الآراء والاتجاهات الأخرى في المجتمع وبالذات التي لا تتفق مع مصالح المؤسسات النافذة في المجتمع.

وتقع وسائل الاعلام بين السلطة، التي تمثلها المؤسسات الاجتماعية، وبين المواطن، الذي يمثله جمهور وسائل الاعلام.

وتوجد أربع وظائف تعكسها هذه العلاقات، هي وظيفة الصحافة كسلطة رابعة، ووظيفة الاعلام التوجيهي، ووظيفة الاعلام المدني، ووظيفة الاعلام الاقناعي.

وعموماً، يمكن الحكم أن الصحافة أو الاعلام تندرج تحت مظلة من مظلتين رئيستين، هما: اعلام السلطة، وسلطة الاعلام.

فاعلام السلطة يعني أن الاعلام هو أداة في يد السلطة تحركه لتحقيق سياساتها وبرامجها.

أما سلطة الاعلام فتعني أن الاعلام يمتلك سلطة فاعلة في المجتمع تهيئه لدور يعكس صوت المواطن ويحقق في الشأن العام باستقلال وشفافية بعيدا عن تأثير وضغط المؤسسات الاجتماعية.

ومن خلال المراجعات العلمية للأفكار العامة، والدراسات المتخصصة، يمكن الاستنتاج بأن المؤسسات الاعلامية تقوم بوظائف عديدة ومتنوعة، حسب طبيعة الدور المعطى لهذه الوسائل في المجتمع. وقد تبنت الدراسات الإعلامية المتخصصة اربع حالات او تصنيفات يمكن من خلالها تحديد علاقة وسائل الاعلام بالمؤسسات الاجتماعية، وهذه الحالات، هي السلطة الرابعة، والاعلام الموجه، والاعلام الاقناعي، والاعلام المدني.

3

العلاقة
بين الإعلام والسلطة

بسام عبدالرّحمن المشاقبة

هناك أوجه تعاون ما بين الإعلام والسلطة حيث أنّ السلطة هي القوة أو القوى التي تهيمن على جماعة بشرية وتدير شؤونها بصرف النظر عن تعدد أشكال هذه السلطة وتنوع تصنيفاتها ومستوياتها أو اختلاف أيديولوجياتها، بينما الإعلام هو تبادل المعلومات والأخبار والآراء داخل المجتمع الواحد...

ومن هنا وفي صلب الحديث عن العلاقة ما بين الإعلام والسلطة لابدّ وأن نسلط الضوء على إشكالية العلاقة ما بينها حتى نصل إلى تشخيص هذه العلاقة. أبرز الإشكاليات ما بين الإعلام والسلطة إنّ السلطة نشأت قبل الإعلام بينما رأى آخرون أنهما نشآ مع بعضهما البعض، وانّ الإشكالية ما بينهما نشأت تاريخياً من خلال سريان عملها وخاصة عندما اتجهت السلطة إلى الهيمنة والسيطرة على شؤون الجماعة ومن بين ما هيمنت عليه هو الإعلام.

إذن السلطة والإعلام نشئا مع بعضهما البعض لكن مرحلة الافتراق بدأت منذ أن جنحت السلطة إلى الهيمنة والسيطرة على المجتمع والإعلام هو جزء من المجتمع والسبب هو تبرير شرعية السلطة ولذلك بدأت العلاقة ما بينهما بداية غير متكافئة فالسلطة تريد إثبات ذاتها سواء أكانت مشروعة أو غير مشروعة والإعلام وظيفته منح الشرعية على تصرفات السلطة فقط وتبرير سلوكها أي على الإعلام أن ينحني أمام سجادة السلطة ويسجد أمامها معلناً الولاء والطاعة لكي ينعم بقداستها ويتحول أمام حضرتها إلى بصمجي لتثبيت شرعية السلطة ويمكن توضيح ذلك من خلال قراءة قوانين العلاقة ما بين الإعلام والسلطة.

قوانين العلاقة بين الإعلام والسلطة:

يمكن إجمال أبرز القوانين التي لها دور مباشر في العلاقة ما بين الإعلام والسلطة وتتمثل فيما يلي:

القانون الأوّل: وجود ارتباط وثيق ما بين وجود سلطة مطلقة في مجتمع ما وبين قيام الإعلام في هذا المجتمع بدور الأداة التي تبرز وجود هذه السلطة وتدعم شرعيتها وتذود عنها ضد خصومها ومنافسيها وبذلك يتحول الإعلام من إعلام بمفهومه الحقيقي إلى دعاية.

ترى ماذا نعني بالدعاية؟ الدعاية هي فن التأثير والإقناع والإغراء والإيحاء والترغيب الحسي الذي يمارسه الداعية والسياسي لغرض أن يتقبل غيره بالقناعة الفكرية ووجهات نظرة وآراءه وأفكاره وأعماله سياسياً وعسكرياً واقتصادياً والدعاية أنواع: منها البيضاء والسوداء والرمادية وأخطرها على الإطلاق الرمادية.
القانون الثاني: وقد تمّ تطبيقه خلال القرون الوسطى حتى بزوغ حركة التنوير والثورة الصناعية وبروز الحركات الديمقراطية حيث جرى تحول في العلاقة ما بين السلطة والإعلام عندما تحولت السلطة من سلطة مطلقة إلى سلطة مقيدة تنبع من الإرادة الشعبية وقد ترافق ذلك مع بداية ظهور وسائل الاتصال الجماهيري والانتقال من مرحلة الاتصال المباشر وهذا الدور شكّل نقله نوعية في تاريخ العلاقة ما بينهما من خادم للسلطة إلى أداة لنقد السلطة ومراقبتها ومحاسبتها.
القانون الثالث: حيث انتقل الإعلام في هذه المرحلة من أداة في يد سلطة واحدة وإنما أداة في أيدي سلطات أخرى متعددة في المجتمع بحيث لا يقتصر دور الإعلام بالدفاع عن السلطة الحاكمة وإنما ليكون أداة لسلطات الأخرى في نقد ومراقبة السلطة الحاكمة ومحاسبتها.

وهذا بالطبع يقودنا إلى موضوع فرعي هو أنماط الإعلام حيث ظهر خلال المسيرة التاريخية للمجتمعات البشرية نمطان من الإعلام أوّلهما الرسمي وثانيهما المناوئ والمعارض للسلطة. وكان الإعلام السائد هو إعلام السلطة بينما الصوت الخافت والضعيف هو الإعلام المناوئ للسلطة فهو إعلام مغلوب على أمره،

والأدهى انّ إعلام السلطة والمقاومة قد عملا مجرد أداة في أيدي السلطة وفي أيدي المناوئين للسلطة الكل يسعى إلى امتلاك الإعلام فمثلاً اكتشاف الطباعة منح السلطة وسيلة متطورة لمخاطبة الناس وكذلك وجد المعارضون في الطباعة وسيلة لمخاطبة الناس ولمحاربة السلطة.

نخلص إلى أنّ السلطة سعت إلى امتلاك الإعلام وكذلك المعارضة تسعى إلى امتلاك الإعلام وعندما تمتلك المعارضة السلطة تحول الإعلام المقاوم إلى إعلام رسمي وهكذا دواليك أي تبدأ عملية تبرير شرعية السلطة والتنديد بالمعارضة ومن هنا فإنّ التطور الذي تحقق للإعلام جاء بسبب التطور التكنولوجي في مجال الإتصال وساهم في التعددية السياسية في المجتمعات الغربية وقد أدى تطور وسائل الإعلام إلى الطابع المؤسسي الضخم لوسائل الإعلام نفسها واستقلال الإعلام عن السلطة وفي مرحلة لاحقة لم يكتف الإعلام بأن يكون مستقلاً عن السلطة بل أصبح سلطة كباقي السلطات رقيباً عليها.

القانون الرابع: أي وجود علاقة وثيقة بين التطور الحديث في تكنولوجيا الإعلام ونمو الطابع المؤسسي للإعلام والتعددية السياسية في المجتمع الديمقراطي وبين تزايد استقلال وسائل الإعلام عن السلطة وانّ الارتباط بين كلّ من الطابع المؤسسي المستقل لوسائل الإعلام سيؤدي إلى تحول الإعلام كسلطة مستقلة قائمة بذاتها من سلطات المجتمع الديمقراطي الحديث ويمكن تلخيص هذه القوانين على النحو التالي "انّ النظام الإعلامي في المجتمع ليس سوى تعبير عن النظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي السائد في هذا المجتمع".

تطور العلاقة بين الإعلام والسلطة:

مرّت العلاقة ما بين الإعلام والسلطة عبر الحقب التاريخية ما بين الشد والجذب فتارة تحدث علاقات ودية ما بينهما وتارة تحدث عمليات طلاق وتارة تفترس السلطة الإعلام وتارة تحاول اختطافه تمهيداً لإخضاعه والسيطرة عليه، لكن هذه المراحل لا يمكن تعميمها من منطلق أنّ نضال الإعلام وانفصاله عن السلطة في المجتمعات الغربية وضع حدّاً لهذه العلاقات أما في عالمنا العربي فما زالت العلاقة غير سوية ما بين الإعلام والسلطة وما زالت السلطة تهيمن على الإعلام بل والمجتمع بأسره سواء بفعل الإرث العائلي أو السطوة الدينية فخضوع الإعلام للسلطة هو جز من خضوع المجتمع برمته، فعندما يخضع الإعلام للسلطة تخضع الثقافة ويخضع الفكر وتغيب الإرادة الشعبية ويخضع البرلمان ويخضع القضاء يعني أنّ المجتمع انتهى وعلى ذلك لا يمكن أن تسمي هذا المجتمع في دولة ما مجتمعاً.

الأدوار التي يؤديها الإعلام في السلطة:

يمكن إعطاء تصور كربلائي للإعلام التابع الخاضع للسلطة أو الإعلام الراكع أمام سيقان السلطة وذلك من خلال:

1 - تبرير وجود السلطة
2 - منحها المشروعية
3 - الإشادة بمنجزاتها
4 - التنديد بخصومها

ولا يمكن أن نسمي هذا الإعلام بالإعلام بل هو دعاية إعلامية وانّ الأسلوب الدعائي هو الغالب على طبيعة هذه العلاقة ومن هنا فإنّه لابدّ من قراءة المشهد الإعلامي منذ نشأته حتى تتعرف على طبيعة العلاقة ما بين الإعلام والسلطة عبر الحقب التاريخية السالفة.

المرحلة الشفهية: وهي تتضمن الإعلام المباشر بأشكاله المختلفة كالاتصال الشخصي أو الجمعي أو عن طريق النفخ في الأبواق أو المنادين بالأسواق أو الذي يجوبون الشوارع والأسواق، وكانت هذه الوسائل تستخدم في أوقات السلم والحرب أو الإعلامية عن حالة وفاة الحاكم أو سقوطه أو تنصيب الحاكم وفي إبلاغ الرعية بأوامر الحكومة وتعليماتها فضلاً عن الدعاية للحاكم والتغني بأمجاده ومأثره أو عن طريق الرواة أو الشعراء أو القصاصين والخطابة والندوات، سطوة القبلية وهو شكل من أشكال السلطة هذا وكانت وظيفة الشاعر بالدرجة الأولى الناطق الرسمي باسم سلطة القبيلة والقصيدة كانت هي بمثابة وسيلة الإعلام.

أنّ الإتصال الشخصي عرفته المجتمعات الإنسانية في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية وما زال يستخدم في عالمنا المعاصر وخاصة في إلقاء خطب الجمع والأعياد وفي فترة الحملات الانتخابية حيث يلجأ له المرشح في الاتصال مع الناخبين وخاصة أثناء زيادة المنازل وانّ استخدام التلفزيون في الدعاية الانتخابية ما زال ضئيلاً في العالم العربي بسبب الظروف الاقتصادية وسيطرة الدول أو السلطة على الإعلام.

ولذلك بسبب انحصار وسائل الإعلام في ذلك الوقت فقد هيمن الاتصال الشخصي على حياة المجتمعات آنذاك، ولذلك كان تأثير الاتصال الشخصي على الرأي العام محدود النطاق ووسائله عشوائية سواء بالنسبة للمصدر أو الجمهور المتلقي وكانت وظيفة هذا النط الإعلامي محصور في دعم الأعراف والتقاليد الراسخة ومن ثمّ تقوية النظام الحاكم المتمثل في السلطة المطلقة.

4

في سلطة الإعلام

سلام الكواكبي

يحلو للمتابعين النقديين من العرب عموماً، ومن في حكمهم، وصم الإعلام بما لذّ وطاب من السلبيات التي استقوها من خلال تجربة الخضوع لنظام استبدادي، أنتج إعلامه الحكومي والخاص، عبر آليات التعبير الخشبية والبروباغندا التي تتهكّم على عقل المتلقي.

وإن أمكن اعتبار هذا النقد القطعي محموداً، في إطار ما تلقفته عقولهم طوال سنوات الاستبداد، إلا أنه يُصبح ممجوجاً، عندما يتم تعميمه بأسلوب العارفين القاطعين الجازمين. وبالتالي، التشكيك بالوظيفة الإعلامية، وإن كان ضرورياً، في ظل الأمنوقراطيات العربية، إلا أنه لا يُعمَّمُ عند التطرّق إلى الإعلام في دولٍ تعرف مستوىً ما من التجربة الديمقراطية. وبما أن رمي الكلام على عواهنه يُعتَبَرُ من مآثر وسائل الاتصال الحديثة، فقد أصبح وضع مجمل الإعلام في خانةٍ واحدةٍ هو الميل الأعمّ لدى من يعتبرون غير سُذّج، وبأنهم كشفوا القطبة المخفية في الوظيفة الإعلامية.

وقد صار من المكرّر الحديث عن الارتباطات المتعدّدة لأي وسيلةٍ إعلامية من خلال الجزم بطريقة الضارب بالرمل بخبايا تمويل هذه أو تلك من الوسائل. كما بالابتعاد عن القراءة والتحليل النقديين الضروريين للحسم في أي جزمٍ، في إطار هذا التوجّه. وإضافة إلى التعميم الدائم، والذي يشمل وسائل إعلام تستحق السلبية في التقييم، كما سواها ممن يستحق الجدية والتأنّي في الحكم، صار لهؤلاء "الخبراء" في الإعلام ميلٌ متضخّم لتقييم إعلام دولٍ عرفت فيها مهنة الصحافة قروناً من التجارب، ومن الخبرات، ومن الوقائع الدّالة على تأثيرها الحقيقي في المجالات كافة، وخصوصاً السياسي منها. فإن قلت لهم إن "فضيحة ووترغيت" أدت إلى استقالة رئيس الولايات المتحدة الأميركية، ريتشارد نيكسون، وأرسلته من البيت الأبيض بخفي

"يتكرّر الحديث عن الارتباطات المتعدّدة للإعلام من خلال الجزم بخبايا تمويل هذه أو تلك من الوسائل" حنين إلى منزله الريفي في أغسطس/ آب 1974، فهم سرعان ما سيبتسمون باستهزاء واضح، وبنظرة تعاطفٍ مع سذاجتك السياسية، ليضيفوا أنه لو لم يكن نيكسون قد "تصدّى" للوبي اليهودي في واشنطن (مثلاً) لما كانت الفضيحة قد ظهرت من أساسها.

وإن أشرت إلى ما قامت به صحفٌ ومجلاتٌ عديدة من أقطار مختلفة من تحقيقاتٍ معمّقةٍ سنة 2017، أدت الى كشف شبكة عالمية للتهرّب الضريبي، أودت بأسماء مشاهير كثيرين في عالم السياسة إلى المحاكم أو إلى الاستقالة، فسيستمرون في استهزائهم الذي صار هوية ليتندروا برواياتك، مُشيرين إلى أن هذه الصحافة التي تعجب البسطاء مثلك لم تقم بذاك الدور، إلا لأن هناك قرارا كونيا، قد اتخذّ على مستوى المحافل المُتخيّلة في أذهانهم التي تعجّ بسيناريوهات المؤامرة الفجّة.

عند تعريف الصحافة بأنها سلطة رابعة، فإن الترقيم يأتي لكي تتم مواجهة السلطات الثلاث الأول، وهي التشريعية والقضائية والتنفيذية. وفي تصوّر شامل لتطور دور الصحافة في المجتمعات الديمقراطية، يميل مارسيل غوشيه إلى الانتقال بالصحافة من "سلطة مضادة" عبوراً إلى "ما بعد السلطة" ووصولاً إلى "السلطة المعادية" للسلطة. وفي هذا خطر كبير على إمكانية استمرار الصحافة، لأنها ستفقد بالتالي دورها الأساس، وسبب وجودها، وهو أن تكون "سلطة مضادّة" لسلطةٍ قائمة. وعلى العكس من الاعتقاد القائم أن مجرد الوصف بالسلطة سيُمَكِّن الصحافة من عناصر السلطة التي تملكها السلطات الثلاث الأخريات، فإن من المؤكد أن تعريف الصحافة سلطةً يعني الحسم بانعدام امتلاكها أيا من وظائف السلطات الأخرى. وهي بالنتيجة لا تملك غالباً إلا سلطة التأثير بمن يقرأ أو يسمع أو يشاهد من المتلقين، ودفعهم إلى اتخاذ القرار المبنيّ على المعطيات التي زوّدته بها. وتؤمن سلطة الإعلام حسن الأداء في المجتمعات الديمقراطية، من خلال إحداث الجدال اللازم بشأن قضايا هذه المجتمعات. ومن دونها، هناك خطر في تجاوز السلطات الأخرى حدود وظائفها المنوطة بها دستورياً. ومن المنطقي أن يشعر السياسي بضرورة القيام بالتفسير والشرح والتبرير الدائم، إن هي قامت بعملها بشكل مُحكم.

"انتقلت الصحافة من "سلطة مضادة" إلى "ما بعد السلطة" وإلى "السلطة المعادية" للسلطة" مرافقي رئيس الجمهورية على مواطنين في أثناء تظاهرةٍ احتجاجية. أمضى الفرنسيون صيفهم على وقع هذا الملف، وانبرت الصحف إلى إجراء قراءات وتحقيقات استقصائية بشأن المتهم/ المرافق، ارتباطاته المختلفة. وقد توصّل موقع تحقيقات "ميديابارت" أخيرا إلى خبايا عدة، مرتبطة بشخص هذا المرافق، وبصداقاته المشبوهة مع أعضاء من المافيا الروسية، وكذا بعض أزلام أنظمة شرق أوسطية. وقد رفضت إدارة الموقع، ونجحت في فرض هذا الرفض، زيارةً قضائيةً للتحقق من مصادرها، بما أن القانون الذي ينظم عملها واضح، حيث يحقّ للصحافي أو مؤسسته رفض الإفصاح عن مصادر معلوماتها إلا في حالاتٍ مقيدةٍ جداً. وفي جديد ما أدت إليه جهود السلطة الرابعة، قدّمت مديرة أمن رئاسة الوزراء في العاصمة الفرنسية استقالتها لتطرّق أحد المقالات إلى دور ما لعبته في ملف المرافق إياه من خلال زوجها العسكري.

يبتسم هذه اللحظة بعض فقهاء نظرية المؤامرة، مستهزئين بما تقدّم، لأنهم على ثقةٍ بأنه لم يكن لهذه الصحافة أن تفضح هذا الملف، إلا لأن "وراء الأكمة ما وراءها".

5

الإعلام العربي
بين السلطة واللا سلطة

د. محمد قيراط

تثار من حين لآخر قضايا واشكاليات حول الإعلام العربي وموقعه في المعادلة السياسية ودوره في صناعة الرأي العام وصناعة القرار وعلاقته بالسلطة وهل من سلطة له وهل يستطيع أن يكون سلطة رابعة ؟

وبمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة والذي يصادف الثالث من مايو من كل سنة وكذلك التطورات التي شهدتها الساحة السياسية الدولية في السنة الماضية وخاصة أحداث 11 سبتمبر، كثر الكلام عن الإعلام العربي وعن قدرته على مخاطبة الآخر وتسويق الصورة الحقيقية للعرب والإسلام. اشكالية مهمة ومعقدة في الوقت نفسه لا يمكننا التطرق لها بمعزل عن الاطار العام الذي يعمل فيه النظام الإعلامي العربي، هذا الإعلام الذي في حقيقة الأمر ما هو إلا جزء من نظام كلي يتميز بخصائص ومعطيات قد تقصي هذا النظام الإعلامي من ان يكون سلطة رابعة. والملاحظة الأولى هنا تتمثل في ان معظم الدول العربية لا يوجد فيها فصل بين السلطات، فكيف نتكلم عن السلطة الرابعة، إذ اننا في الأساس نتوفر على سلطة واحدة فقط. من جهة أخرى، نلاحظ ان العلاقة بين السلطة والإعلام في الوطن العربي تسيطر عليها الابوية والزبونية والغموض، بحيث تبقى الآلة الاعلامية في نهاية المطاف تحت تصرف السلطة وفي خدمتها هي وحدها فقط، فالكلام عن السلطة الرابعة في غياب الديمقراطية وسلطة القانون واستقلالية القضاء يعتبر ضرباً من الخيال.

وفي ظل هذه الاجواء الغامضة والمشحونة بالالتباس يبقى كذلك الكلام عن مخاطبة الآخر وتسويق صورة ايجابية وحقيقية عن انفسنا من عالم المستحيلات، فالذي يفشل في مخاطبة نفسه ومحيطه سيفشل في مخاطبة الآخر لا محالة. ففي منطق اللا سلطة يحتاج العالم العربي وأكثر من أي وقت مضى الى تفعيل نظامه الاعلامي والى رسم استراتيجية وخطة اعلامية وعربية واضحة الرؤى والمعالم. الإعلام العربي اليوم بحاجة الى آليات واستراتيجية وطرق تسيير وادارة تخرجه من اعلام الصالونات والبلاط الى الشارع والواقع والرأي العام، يستطيع من خلالها تحديد مكانة مرموقة له سواء محليا أو عالميا. وقبل الكلام عن استراتيجية على مستوى الوطن العربي بحيثياته وخصائصه ونقاط التشابه والاختلاف بين الـ22 دولة عربية و280 مليون نسمة،

دعنا نتطرق أولاً الى واقع الاعلام العربي على مستوى كل دولة عربية. والهدف من هذه المقاربة المنهجية هو انه يتعذر الكلام عن اعلام عربي قوي وفعال، إذا كان هذا الإعلام على مستوى كل دولة ضعيفاً يفتقر الى مستلزمات القوة والفعل ويفتقد المصداقية والجرأة في طرح القضايا الحساسة والمصيرية التي تهم الشارع. فمع الأسف الشديد نلاحظ ان غالبية الدول العربية لم تفلح في استعمال الجهاز الاعلامي كما ينبغي ولم تستغله في تجسيد مشاريعها التنموية في أرض الواقع، وإذا نجحت الدول العربية في استغلال الجهاز الاعلامي لتمرير خطاب السلطة وفي فرض الإعلام العمودي، فإنها فشلت فشلاً ذريعاً في ارساء قواعد الإعلام الديمقراطي المسئول، الإعلام الأفقي الذي ينتقد ويحلل ويبني ويشرك الجماهير في عملية التنمية والمشاركة السياسية وكذلك المشاركة في صناعة القرار وفي تقرير مصيره بنفسه.

فالإعلام لايستطيع ان يكون فاعلاً ومسئولاً وحراً إذا كان خاضعاً مستسلماً ينتظر الأوامر ويخاف من تخطي الخطوط الحمراء والمحرمات. نستنتج اذاً انه حان الوقت لتحديد الأولويات والاستراتيجيات فيما يتعلق بالجهاز الاعلامي والآلة الاعلامية على مستوى كل قطر عربي قبل الانطلاق في تحديد استراتيجية اعلامية عربية لمواجهة تحديات الالفية الثالثة. من جهة اخرى نلاحظ ان اشكالية علاقة السلطة بوسائل الاعلام في الوطن العربي مازالت بحاجة الى دراسة متأنية واعادة نظر صريحة وجريئة حتى تصبح المؤسسة الاعلامية في الوطن العربي مؤسسة فاعلة، تغير وتكشف وتحقق وتستقصي، واذا كانت المؤسسات الاعلامية خاضعة وتابعة ومنفذة فتصبح عملية مواجهة العولمة وتحديات الألفية الثالثة مجرد شعارات خاوية والكلام عن السلطة الرابعة مجرد كلام بدون معنى. القائم بالاتصال في الوطن العربي مازال يعاني من قوانين وعقوبات ومحرمات وخطوط حمراء لا تحصى ولا تعد، كما انه يعاني من نصوص وقوانين تشريعية تستعمل ضده بكل سهولة وبساطة، وفي ظل مثل هذه الفضاءات التشريعية والقانونية المفخخة والمطاطية والمجحفة في حق الصحافي يتجنب صانع الرسالة الاعلامية في الوطن العربي الموضوعات المهمة والقضايا الحساسة، ويتحول من الفاعل المرسل المغيّر الى السلبي الذي يقرأ ويفبرك الواقع والتاريخ وفق معطيات معينة ترضي السلطة وتمجدها. هذا الصحافي لا يجرؤ على قراءة التاريخ واستقصائه وتحليله ونقده وفق متطلبات الشارع ومعطياته الموضوعية في ارض الواقع.

الملاحظ والمحلل لمخرجات الاعلام العربي يستنتج التناقضات والثغرات الكبيرة والمتعددة التي تميّز هذا الاعلام، فالمؤسسة الاعلامية العربية مازالت في الكثير من الدول العربية لم ترق الى المؤسسة الاعلامية بالمعنى الكامل للكلمة، سواء من حيث الادارة أو التسيير أو التنظيم او الهيكلة او الوسائل أو الكادر البشري او الاحترافية او الاطار القانوني والتشريعي او الميثاق الاخلاقي. ففي الكثير من الحالات نلاحظ المساومات والتجاوزات والمتاجرة بالمهنة على حساب الأصول والقوانين والاخلاقيات، وغالباً ما تستعمل المؤسسة الاعلامية لاغراض ومصالح ضيقة جداً تكون في صالح فئة معينة أو حزب معين أو تيار معين على حساب الغالبية العظمى من افراد المجتمع، واخر موضة ابتكرتها بعض الفضائيات العربية هي التجريح والتشهير في بعض الدول العربية دون سواها باسم حرية الصحافة وحرية الرأي وحرية التعبير، وهذه الفضائيات نسيت ان تبدأ من الارض التي تبث منها اذا كانت تبحث بجد عن الكشف عن الحقيقة وتنوير الرأي العام. ففي الكثير من الدول العربية نلاحظ غياب النقابات المهنية الصحافية وجمعيات الصحافيين للدفاع عن المهنة وعن القائمين بالاتصال. فميثاق الشرف من الادوات الضرورية لنجاح المؤسسة الاعلامية، ومن هنا يترتب على كل دولة عربية ان تتبنى فكرة حماية وصيانة الممارسة الاعلامية بميثاق شرف اعلامي يضعه الصحافيون المهنيون والمشرفون على المؤسسات الاعلامية بدون تدخل اية جهة سواء رسمية، حكومية أو خاصة.

عربيا ميثاق الشرف ضروري لتجنب الدخول في متاهات لاجدوى من ورائها مثل المساومات والمزايدات، حيث نلاحظ في بعض الاحيان تورط بعض المؤسسات الاعلامية في صب الزيت على النار لتصعيد المواقف والازمات بدلاً من تهدئة الاجواء والدعوة للتأني والتبصر والاحتكام للحوار والنقاش والمصالحة. فالأمة العربية اليوم وأكثر من اي وقت مضى بحاجة الى وئام وتلاحم وانصهار لمواجهة التحديات التي لا تحصى ولا تعد. لا نستطيع ان نتكلم عن سلطة رابعة في غياب الصناعات الثقافية والانتاج الإعلامي العربي ومدى قدرته على التفاعل مع الانتاج العالمي وعلى تسويق الفكر والصورة الذهنية العربية. وإذا أخذنا موضوع القنوات الفضائية العربية كمثال للخطاب الإعلامي العربي أو كمثال لمخرجات الآلة الاعلامية العربية، نجد ان معظم هذه الفضائيات ركزت على التكنولوجيا وأهملت الرسالة ومعظم هذه الفضائيات تفتقر لخطة ولاستراتيجية ولميزانية لانتاج الرسالة الإعلامية الهادفة التي تواجه بها التدفق الإعلامي العالمي الغزير. وأصبحت العملية عبارة عن البحث عن المال والشهرة على حساب الفعل الإعلامي الإيجابي والمسئول. تحديات الالفية الثالثة في مجال الاتصال والمعلوماتية

متشعبة ومتعددة وخطيرة في الوقت نفسه، والعالم العربي يجد نفسه اليوم أمام واقع يحتم عليه التحكم في التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاعلام والاتصال ومواكبتها، وهذا لا يعني التحكم في التكنولوجيا دون التفكير في الرسالة والمحتوى والانتاج،

بعبارة أخرى في المخرجات. والتحدي الكبير الذي يواجه العالم العربي هو حماية وصيانة الهوية الثقافية والحضارية للأمة العربية وشخصيتها القومية ومواجهة الذوبان في الثقافة العالمية ـ الأميركية ـ التي لا تعترف بالحدود ولا بالقيم ولا بالآخر. التحدي الأكبر الذي يواجه الدول العربية في مجال الإعلام هو تحرير هذا الإعلام وتحرير الطاقات والمهارات والابداعات. التحدي يتمثل في الاستغلال الأمثل للقدرات والطاقات والامكانيات المادية والبشرية لارساء قواعد ومستلزمات صناعة اعلامية متطورة رشيدة وفعالة وقوية، تستطيع ان تنافس وان تقنع وأن تسوق الافكار والقيم والأصالة والهوية العربية للآخرين. كل هذه الأمور تتطلب الدراسة والبحث واقامة علاقة متينة وتفاعل وتبادل وحوار صريح بين السلطة والمؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال والجمهور من أجل ارساء قواعد الثقة والمصداقية والفعالية في الأداء، بعبارة أخرى الفصل بين السلطات واستقلالية القضاء واستقلالية المؤسسة الإعلامية عن كل نفوذ سياسي أو مالي، وإذا خرجت هذه المؤسسة عن الاطار القانوني فإنها تمثل أمام القضاء كغيرها من المؤسسات المختلفة في المجتمع بشرط ان يكون هذا القضاء مستقلاً وعادلاً. التحديات تتطلب الانتاج واعطاء البديل وتأكيد الهوية والذات، وهذه الأمور لا تتحقق إلا بالدراسة والبحث وتوفير الامكانيات المادية والبشرية والميزانيات المعتبرة حيث «ان فاقد الشيء لا يعطيه». معركة القرن الحادي والعشرين ستكون معركة إعلامية اتصالية معلوماتية يحسم نتيجتها مسبقاً من يعرف كيف يستغل تكنولوجيا الإعلام والاتصال وصناعة المعركة، ومن يوفر جو الحرية والديمقراطية للابداع والابتكار والحوار الديمقراطي البنّاء والفعال.

6

كيف نحرر صناعة الإعلام العربية من التبعية للسلطة؟!

منظمة الطليعة العربية في تونس

تعتبر علاقة الإعلام بالسلطة في الوطن العربي من أهم العوامل التي أعاقت تطور الصناعة العربية للإعلام والاتصال، فالسلطات العربية حرصت على أن تفرض أسوأ أشكال العلاقة بين الإعلام والسلطة وأكثرها تخلفاً وهي علاقة التبعية، فاستخدمت كل الوسائل التي تجعل وسائل الإعلام تابعة لها.. فما تأثير هذه العلاقة؟!

ان التاريخ يعلمنا انه كلما زادت تبعية الصحافة ووسائل الإعلام للسلطات الحاكمة قلت ثقة الجماهير بها وتناقصت مصداقيتها.

لذلك فإن أهم وسائل تطوير الصناعة العربية للإعلام والاتصال هو التوصل إلى نظرية جديدة للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة بحيث تضمن لهذه الوسائل الاستقلال عن السلطة، والحرية في القيام بوظائفها لصالح المجتمع.

خرافة الخصومة

لكي نستطيع ان نتوصل إلى تصور جديد لهذه العلاقة لابد ان نحرر أنفسنا من أسر الكثير من الخرافات، ومن اهمها ان العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة تقوم على الخصومة، وان علاقة الخصومة هي الشكل المناسب والمثالي لهذه العلاقة حيث سادت نظرية في الغرب تقوم على ان تقييد أية محاولة للتدخل الحكومي في شؤون وسائل الإعلام هو الضمان الحقيقي لحرية الصحافة.

اكتسب مصطلح الخصومة هذا وضعاً شرعياً في المجتمع الأمريكي حيث سادت رؤية تقوم على أن الصحافة لابد أن تفتقد الحكومة، وان تضمن حرية تدفق الأنباء للمجتمع، بينما تسعى الحكومة دائماً إلى التحكم في هذا التدفق، ولذلك فإن كلما كانت الصحافة معارضة للحكومة، وقادرة على أن تنتقدها بعنف، وتنقل للمجتمع الاخبار والمعلومات التي تحاول الحكومة ان تخفيها كان ذلك في صالح المجتمع لأنه يحقق الديمقراطية، ويمنع الحكومة من اساءة استخدام السلطة.

وعلاقة الخصومة تعني ان الصحافة يجب ان تعمل دائماً على الكشف عن أية انحرافات في ممارسة السلطات لأنشطتها، أو أية أعمال ترتكبها قد تكون في غير صالح المجتمع باعتبار ان الصحافة هي الرقيب على الحكومة وهي حارسة المصالح العامة.

وهناك علاقة صراع دائم بين الحكومة التي تحاول أن تمنع وصول الاخبار والمعلومات للجماهير، وتحول الصحافة إلى وكالة للترويج لقراراتها وتبريرها من ناحية والصحافة ووسائل الإعلام التي تقوم بوظيفة مهمة في المجتمع الديمقراطي هي تشكيل المواطن العارف الذي يستطيع ان يتخذ القرارات الصحيحة في الانتخابات، ويشارك بشكل فعال في إدارة العملية الديمقراطية، لذلك فإنه كلما زاد العداء والخصومة بين الصحافة والحكومة زادت امكانيات حصول المجتمع على المعلومات، وقامت الصحافة بواجبها في كشف الانحرافات والفساد.

من مخلفات الماضي

هذا الشكل من العلاقة بالرغم من أنه الشكل المثالي إلا انه يعتبر من مخلفات القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، حتى خلال هذين القرنين كانت هناك الكثير من القضايا التي عالجتها الصحافة في بريطانيا وفرنسا لصالح الحكومة مثل قضية السيطرة على الشعوب الاخرى، وقد أخفت الصحافة البريطانية والفرنسية الكثير من المعلومات عن المذابح التي ارتكبتها هذه الدول ضد الشعوب المستعمرة.

لقد كانت الصحافة تعرف الكثير من المعلومات عن تلك المذابح والمآسي لكنها لم تقم بنشرها، وفي بعض الأحيان قامت بتبريرها، والترويج للأفكار الاستعمارية وقامت بدور لا يختلف عن الدور الذي قام الجنود البريطانيون والفرنسيون الذين كانوا يذبحون الأبرياء في الجزائر ومصر والسودان والهند وافريقيا وآسيا، وعلى ذلك فإن علاقة الخصومة بين الصحافة والحكومة هي مجرد خرافة، ويمكن القول انها قد ظهرت بشكل محدود فيما يختص بالشؤون الداخلية في أوروبا وأمريكا خلال القرن التاسع عشر.

علاقة قوية بين الإعلام والسلطات

أما في القرن العشرين فإن علاقة الخصومة هي مجرد قصة اسطورية غير موجودة في الواقع المعاصر، فوسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية أصبحت تحتكرها مجموعة قليلة من الشركات متعددة الجنسية التي ترتبط بعلاقات قوية، وتبادل للمصالح والمنافع مع الحكومات، وهذه الشركات بالاشتراك مع الحكومة الأمريكية ووكالات الأنباء تحدد أجندة وسائل الإعلام في العالم كله، وتتحكم في تدفق الأنباء والمعلومات التي تصل إلى الجماهير.

لذلك يرى بين باجد كيان وهو واحد من أهم علماء الإعلام الأمريكيين ان أمريكا تتحول إلى دولة ديكتاتورية شمولية تسيطر فيها هذه الشركات على الجمهور الامريكي وتعمل هذه الشركات كوزارة إعلام لأمريكا وللرأسمالية العالمية، وان عملها لا يختلف عن عمل وزارات الإعلام في الدول الديكتاتورية الشمولية.

وتوضح الكثير من الدراسات أن هذه الشركات متعددة الجنسيات لها أجندتها السياسية، والتي تتطابق مع الأجندة السياسية لحكومة الولايات المتحدة الأمريكية.

كما توضح حرب الخليج الثانية أن وسائل الإعلام الغربية بشكل عام والأمريكية بشكل خاص لم تكن مستقلة، وان العلاقة بين السلطات في الغرب ووسائل الإعلام قوية جداً.

لقد أخفت وسائل الإعلام الأمريكية الكثير من المعلومات عن الأحداث في العراق، واستسلمت لتحكم السلطة الامريكية في المعلومات، ولم تحاول أن تدافع عن حقها في تغطية الاحداث ونشر المعلومات، ولم تقم بالدور الذي قامت به في حرب فيتنام، وذلك نتيجة سيطرة الشركات الامريكية عابرة القارات على وسائل الاعلام، فقد تطابقت مصالح هذه الشركات مع مصالح الحكومة الامريكية.

وعلى ذلك فان التمسك بذلك الشكل للعلاقة بين الصحافة والسلطة باعتباره الشكل المثالى الذي يطمح الصحفيون للوصول اليه يمكن ان يؤدى الى اعاقة البحث عن اشكال جديدة للعلاقة اكثر توازناً، واتفاقاً مع معطيات العصر، ويمكن ان تزيد قدرتنا على تطوير صناعة الاعلام والاتصال في الوطن العربي.

علاقة التبعية

اذا كانت علاقة الخصومة بين الصحافة والسلطة خرافة تتناقض مع الواقع، فان علاقة التبعية هى علاقة خطيرة كان لها الكثير من النتائج السلبية على تطوير الصحافة العربية، ومن اهم تلك النتائج:

أولاً: تدهور مصداقية وسائل الاعلام العربية، حيث نظرت لها الجماهير العربية باعتبارها اداة السلطة في التبرير، والحديث بشكل مستمر عن انجازات لا وجود لها.

ان حديث الصحافة العربية المستمر عن اعمال الحكومة والدفاع عن قراراتها بشكل يتناقض مع الواقع الذي تعيشه الجماهير بنفسها قد جعل الجماهير تتعامل مع وسائل الاعلام باعتبارها وسائل لترويج الكذب الحكومي. لذلك ظهرت بعض التعبيرات التي تشير الى اعتقاد الجمهور بأن الصحافة تكذب، ولعل من اشهر هذه التعبيرات «كلام جرايد» اي انه بالضرورة غير صحيح.

في بعض الحالات كانت السلطة تحقق انجازاً حقيقياً، وكانت تحتاج الى مصداقية الصحافة ووسائل الاعلام، كما حدث في بداية حرب اكتوبر 1973، حيث حقق الجيش المصري انجازاً حقيقياً، ولم تكن السلطة في حاجة للدعاية او الكذب.. كانت تحتاج الى وسائل اعلامية يثق فيها الجمهور تنقل هذا الانجاز، وتصور الانتصار بشكل واقعي وحقيقي. ولقد كانت المشكلة ان تجربة الشعب المصري مع صحافته ووسائل اعلامه لا تشجعه على ان يصدق.. وربما يكون قد تعامل مع الحدث بشكل عاطفى وطنى، لكنه كان يحتاج في تلك اللحظة كما تحتاج الحكومة الى مصداقية وسائل الاعلام.

المساندة الشعبية

ثانياً: أدت تبعية الصحافة للسلطة الى تناقص المساندة الشعبية لحرية الصحافة في مواجهة الحكومات، فازدادت قوة الحكومات في الوقت الذى تناقصت فيه قوة المجتمع المدنى، كما ادى ذلك الى ضعف المشاركة الجماهيرية في الانتخابات.

ان تناقص مصداقية الصحافة، وعدم ثقة الجمهور فيها شوه صورة الصحافة حيث نظر لها الجمهور كوسيلة حكومية للدعاية ولذلك فلكى يحصل الصحفيون على المساندة الشعبية لحريتهم، وعلى ثقة الجماهير فيما يقدمونه من مضمون يجب ان يكافحوا للتحرر من التبعية للسلطة، ويعملوا لبناء علاقة جديدة مع السلطة والجمهور، بحيث يجبروا السلطة على احترام وظيفتهم كممثلين للجمهور يقومون نيابة عنه بالبحث عن المعلومات لتحقيق حقه في المعرفة.

تناقص القدرات المهنية

ثالثاً: كان من اخطر نتائج تبعية الصحافة للسلطة ان قدرات الصحفيين العرب المهنية قد تناقصت، فتلك القدرات تتزايد كلما زاد مجال الحرية الذي يعملون فيه.

لقد عملت السلطات في الوطن العربي على تحويل الصحفيين الى موظفين لذلك تناقصت قدراتهم على المبادرة والابداع والاستقصاء والبحث عن المعلومات والتطلع الى التفوق المهني، كما تناقصت ثقتهم في أنفسهم وفي الوظيفة التي يقومون بها.

هناك فرق بين الموظف والصحفي، لكن السلطات العربية لم تلاحظ وهى تتعامل مع الصحفيين كموظفين انها ستكون الخاسرة عندما تحتاج الى مهاراتهم المهنية.

وفي الكثير من الحالات اضاع الصحفيون فرصاً كان يمكن ان يستغلوها لصالح بلادهم لو تعاملوا معها كصحفيين وليس كموظفين.

وعلى سبيل المثال لم تقم الصحافة المصرية بواجبها المهنى في كشف جرائم اسرائيل، ومذابح الاسرى المصريين عقب عام 1967، وكان يمكن اثارة هذه القضية، وكشف الكثير من المعلومات وشهادات الجنود الذين نجوا من المذابح.

لكن الصحافة المصرية كانت مشغولة بتمجيد الزعيم، ومحاولة التخفيف من حدة الهزيمة، وكانت السلطة تتحكم في الصحافة بشكل شل قدرتها على كشف الحقائق او ادارة المناقشة الحرة حول الهزيمة.

وفي الكثير من الاحيان كانت السلطات تستخدم الصحفيين التابعين لها للهجوم على قوى المعارضة والاتجاهات السياسية والفكرية.. لكن الشعب لم يكن يصدق هؤلاء الصحفيين، وكان لدعايتهم تأثير سلبي على صورة الحكومة والدولة، فقد شوهوا صورة دولتهم، وأوضحوا انها دولة ديكتاتورية أدت تبعية الصحافة للسلطة الى نفي الكثير من الكفاءات الصحفية التي تتمتع بقدرات صحفية عالية، في الوقت الذي أتاحت فيه للكثير جدا من محدودي المواهب، الذين يجيدون النفاق، أن يصبحوا صحفيين، وأن يحصلوا على شهرة لا تؤهلهم لها قدراتهم المتدنية في العمل الصحفي، والمنافق محدود الموهبة والكفاءة هو الذي يتمكن من الوصول إلى قلب السلطة، بينما يظل الصحفي الذي يعتز بكرامته وموهبته وقدرته على انتاج مضمون متميز مغضوبا عليه من السلطات التي لا تريد هذا النوع.

أتاحت السلطات في الوطن العربي للكثير من المنافقين أن يحصلوا على مناصب في مجال الصحافة، فأفسدوا الصحافة، وقاموا بكتابة التقارير عن زملائهم، وكانوا أعداء لحرية الصحافة. كان هناك نماذج من الصحفيين الذين ينقلون الأخبار التي تقوم أجهزة العلاقات العامة بإنتاجها، أو تقوم بكتابتها أجهزة الأمن بدون إعادة صياغة بحيث تجذب الجمهور.

والسلطات تعرف ان الجمهور لا يصدق هؤلاء الصحفيين، ولا يقرأ الأخبار التي تعطيها لهم ليكتبوا أسماءهم عليها، والمقالات التي يكتبونها في مدح هذه السلطات، لكنها في الوقت نفسه تكره أصحاب الكفاءات.

هذا المرض من أهم أسباب تخلف الوطن العربي في كافة المجالات، فالسلطات الديكتاتورية فضلت المنافقين على أصحاب العلم والكفاءة والخبرة، وكانت الصحافة من أهم المجالات التي ظهر فيها المنافقون فشوهوا سمعتها، وقللوا مصداقيتها، وأعاقوا تطورها.

الصحفيون المنافقون كانوا من أشد أعداء حرية الصحافة فقد أغروا السلطات بتقييد الحرية حتى لا تظهر صحف ووسائل إعلامية تكشف ضعفهم وتبعيتهم، وفي الوقت نفسه قاموا بإبعاد الصحفيين أو إغراء السلطات بقهرهم أو اعتقالهم أو طردهم، وقاموا بكتابة التقارير لأجهزة الأمن عن زملائهم، فأصبح كتبة التقارير الامنية والمخابراتية هم أصحاب المناصب.

ولذلك فإنه كلما يتاح قدر من الحرية في أي قطر عربي تظهر كفاءات صحفية عربية، وهذا يشير الى أن تقييد السلطات لحرية الصحافة، وتبعية الإعلام للسلطة كان العامل الرئيسي في إعاقة تطور الصحافة والإعلام في الوطن العربي.

كسر التبعية

كل ذلك يوضح أنه لا يمكن أن تتطور صناعة الإعلام في الوطن العربي دون أن يتم كسر تبعية الصحافة ومحطات الإذاعة والتليفزيون للسلطات، كما أن السلطات في الوطن العربي يجب أن تدرك أن تبعية الصحافة لها خطر عليها لأن هذه العلاقة تؤدي الى تناقص تأثير الصحافة على الجمهور، وتجعل الجمهور العربي صيدا ثمينا لوسائل الإعلام الغربية، وصناعة التسلية الأمريكية، ان أهم التحديات التي يجب أن نواجهها بشجاعة هي البحث عن شكل جديد للعلاقة بين الإعلام والسلطة، فعلاقة التبعية أعاقت تطور صناعة الإعلام والاتصال في الوطن العربي، وأضعفت الأمة إعلاميا وثقافيا وسياسيا.

لكن الشكل الجديد للعلاقة لا يمكن ان يكون شكل الخصومة، فهذا الشكل هو قصة اسطورية لا وجود لها في الواقع، ولا توجد في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية، كما تحاول وسائل الإعلام فيها أن تصور ذلك.

نظرية جديدة

لكي نستطيع أن نبني نظرية جديدة للعلاقة بين الإعلام والسلطة يجب ان نبدأ من مجموعة الأسس من أهمها:

(1) لم يعد في استطاعة أية سلطة أن تتحكم في عملية الاتصال، بل ان محاولة التحكم سوق في صناعة الاتصال سوف تقلل من قدرة هذه الصناعة على التطور بحيث تشبع احتياجات الجمهور.

ثورة الاتصال أنهت عمليا قدرة السلطات على الرقابة ومنع تدفق الأنباء للجماهير وحجب الحقائق، لذلك فإن السلطات في الوطن العربي لابد أن تفكر في التوصل الى صياغة جديدة لعلاقاتها مع الجماهير، وأن تبحث عن وسائل لزيادة شرعيتها عن طريق برامج الإصلاح والديمقراطة والانتخابات الحرة.

عندما تزيد شرعية في الوطن العربي فإنها لن تحتاج إلى وسائل التحكم في وسائل الإعلام لأن هذه الوسائل سوف تتجه الى نقل أخبارها، التي ستكون جذابة للجماهير، لذلك فإن قيام السلطات في الوطن العربي بإعادة صياغة وجودها على أسس الشرعية والديمقراطية والتعبير عن مطالب شعوبها سيقلل حاجتها للتحكم في وسائل الإعلام، وسوف تتزايد حاجتها لحرية الإعلام حتى تجذب الجماهير لمتابعة أخبار انجازاتها الحقيقية، ان حاجة السلطات للتحكم في وسائل الإعلام سوف تقل عندما تزداد شرعيتها وقدرتها على التعبير عن طموحات شعوبها، ولذلك فإن الكفاح لتحقيق حرية الصحافة يجب أن يرتبط بالكفاح لتحقيق الديمقراطية والانتخابات الحرة ومحاربة الفساد.

(2) إن السلطات في الوطن العربي يجب أن تدرك أن وسائل الإعلام التي تتحكم فيها وتنفق عليها المليارات لم يعد لها تأثير على الجماهير، وكثيرا ماتؤدي الى زيادة كراهية الجماهير للسلطة ولوسائل الإعلام.. كما أن الصحفيين المنافقين لا يصدقهم أحد، ويثيرون السخرية من السلطات التي يمجدونها.

لذلك فإن السلطات في الوطن العربي يجب ان تعترف بأن أساليبها القديمة في التحكم والرقابة والسيطرة على وسائل الإعلام أصبحت ضارة بها وبالمجتمع.

(3) إن وسائل الإعلام يجب ان تعترف بأن السلطات الشرعية التي تتمتع برضا الجماهير ضرورة لصالح المجتمع، وان وسائل الإعلام العربية يجب ان تحرص على تماسك المجتمعات وتوحدها، وهي تقوم بهذا الدور من خلال توافر ثقافة مشتركة للمجتمع، والدفاع عن هوية المجتمع وذاتيته الحضارية واستقلاله.

ولذلك فإن الصحفيين يجب ان يتفقوا على أن لهم دوراً وطنياً مهماً، وان هذا الدور يجب ان يحترمه المجتمع والسلطة.

ولذلك فنحن مع السلطات عندما تدافع عن استقلال الوطن وتحمي أرضه، وتعبر عن إرادة شعبه وتحقق مصالحه، وتحمي هويته وآدابه وقيمه، وعندما تكون سلطات شرعية تلتزم بالديمقراطية وتأتي الى الحكم عن طريق انتخابات حرة، وفي الوقت نفسه فإن من حق الصحفيين ان يبحثوا عن المعلومات لصالح المجتمع، ويقوموا بنشرها، كما ان من حقهم ان ينتقدوا السلطة ويحموا المجتمع من اساءة استخدام هذه السلطة.

(4) إن الصحافة ووسائل الإعلام تقوم بدورها لصالح المجتمع عندما تكشف عن انحرافات الأشخاص الذين يتولون السلطة وتكشف عدم قدرتهم على اتخاذ القرارات الصحيحة لصالح المجتمع.

ووسائل الإعلام عندما تقوم بهذا الدور فإنها تخدم السطة، فهي تدفع الأشخاص الذين يتولون السلطة الى التفكير بشكل جاد في القرارات التي يقومون باتخاذها والحرص على الالتزام بقيم المجتمع ومصالح الدولة، والتقليل من الانحرافات والفساد خوفاً من الصحافة.

إن على السلطات ان تدرك أنه من الأفضل ان تخاف من الصحافة فتتخذ القرارات التي تحقق مصالح الشعب بدلاً من ان تجد نفسها في مواجهة شعب جائع، أو ثورة شعبية.

(5) ان من واجب السلطة حماية مصالح المجتمع التي تتمثل في توفير كل الفرص لتطوير الصحافة ووسائل الإعلام في المجتمع بهدف زيادة قوة الدولة الإعلامية واشباع احتياجات الجمهور للمعرفة.

لذلك فإن السلطة يمكن ان تتدخل لمنع أية اتجاهات احتكارية من السيطرة على صناعة الاعلام والاتصال وضمان حقوق كل الاتجاهات السياسية في الوصول الى الجماهير باستخدام الصحافة ووسائل الإعلام.

(6) ان تلتزم السلطة بتوفير المعلومات للصحفيين، وضمان حقهم في الوصول الى مصادر المعلومات وتغطية الأحداث دون تمييز بين الوسائل الإعلامية أو الصحفيين.

(7) لكي تتمكن الدول العربية من تطوير صناعاتها الاعلامية والاتصالية فإن السلطات لابد ان تقوم بالغاء كل القيود القانونية والسلطوية التي تعوق تطور هذه الصناعة، فالمحافظة على تلك القيود تشكل اعتداء على حق المجتمع في تنمية موارده الإعلامية وتطويرها.

مسؤولية وسائل الإعلام

إن كفاح الصحفيين العرب لتحقيق حرية الصحافة يجب ان يتطور ويجب ان نفتح آفاقاً جديدة للكفاح من أهمها تطوير مسؤولية الصحافة ووسائل الإعلام نحو المجتمع والجماهير بحيث يمكن صياغة عقد اجتماعي بين وسائل الإعلام والمجتمع.. في مقابل ان يحفظ المجتمع حرية الصحافة ويحمي حرية الإعلام والإعلاميين، يجب ان يلتزم الإعلاميون بالقيام بعدد من الوظائف لصالح المجتمع، وهذه الوظائف تشكل جزءاً مهماً من الذاتية المهنية للصحفيين، كما انها ستؤدي الى تحسين صورتهم وتشكل علاقة ايجابية مع الجمهور، ومن أهم الوظائف والواجبات التي يجب ان يلتزموا بها ما يلي:

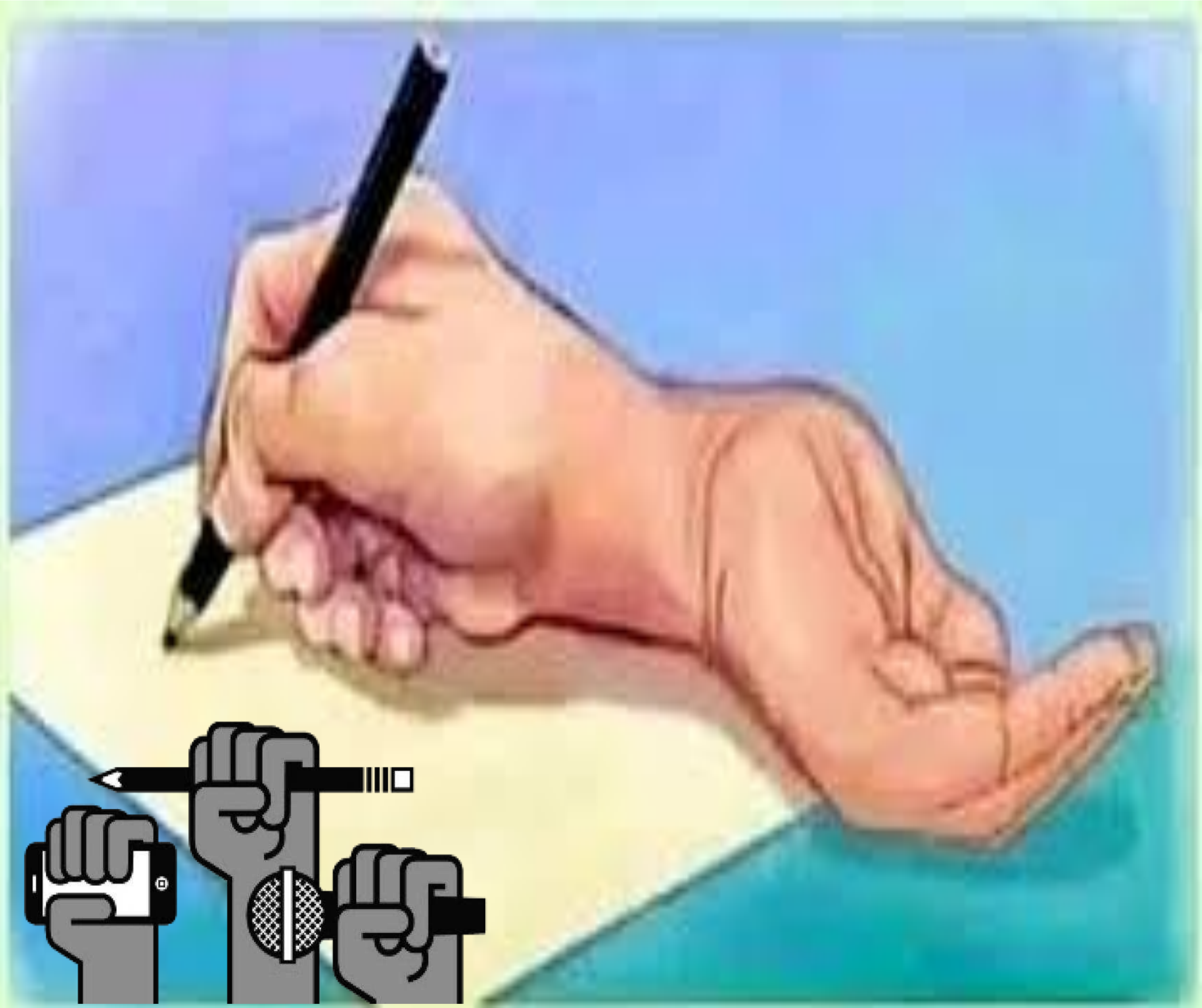
(1) ان يلتزم الصحفيون بالوفاء بحق الجماهير العربية في المعرفة، وذلك بالسعى لتغطية الأحداث والحصول على المعلومات من مصادر متعددة ومتنوعة.

(2) يلتزم الصحفيون بالدفاع عن استقلال الدولة وحرمة اراضيها في مواجهة أي عدوان خارجي، وعدم نشر معلومات يمكن ان يستغلها أي عدو خارجي.

(3) يلتزم الصحفيون بالعمل على تحقيق تماسك المجتمع وتوحده.

(4) يلتزم الصحفيون بالحفاظ على منظومة القيم الاخلاقية والاجتماعية وعدم إثارة الفتن في المجتمع.

(5) المساهمة في الإدارة الديمقراطية للمجتمع عن طريق ادارة المناقشة الحرة بين الاتجاهات السياسية والفكرية.

(6) ان يحترم الصحفيون دور السلطة ووظائفها مع التأكيد على حق الصحافة ووسائل الإعلام في النقد وكشف الانحرافات والفساد.

الالتزام بهذه المسؤوليات طواعية واختياراً سوف يزيد قوة الصحفيين في مواجهة السلطات في الوطن العربي، وينزع من أيدي هذه السلطات الحجج التي تستخدمها في تقييد حرية الصحافة، كما ان الالتزام بهذه المسؤوليات يمكن ان يزيد احترام الجماهير للصحفيين ويقوي علاقتهم بالجماهير.